

Reseñas

SERRANO; Pascual: *Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*. Barcelona, Editorial Foca, 2010, 329 pp.

El periodista valenciano Pascual Serrano ha escrito un libro que el mismo mes de su publicación ha sido por segunda vez reeditado. El tema: Las empresas de comunicación del territorio español, sus formas de operar y sus contactos con otras industrias. Es lo que en los estudios de comunicación llamamos “economía política de la información” y que ya en 1982 comenzaba con la obra del catedrático Enrique Bustamante *Los amos de la información en España*. Este mismo profesor señala en el prólogo que “la combinación de medios analógicos y digitales (...) no ha garantizado ni mucho menos el pluralismo ideológico ni la diversidad cultural” (6), refiriéndose al ámbito comunicativo nacional.

Pascual Serrano se centra, como él mismo señala, en la “identificación de los propietarios y los métodos con los que operan en el mercado” (16). “Cualquier investigación sobre los medios “tendría que partir del emisor”. (17) Los temas tratados van desde la concentración que los grupos empresariales han llevado a cabo, con el consentimiento más o menos velado de los responsables políticos; hasta la relación de alguna de ellas con el franquismo, como en el caso del grupo Godó; pasando por el cierre de periódicos para hacer negocio inmobiliario con las redacciones (caso de *La opinión de Granada*, del grupo Prensa Ibérica).

La relación simbiótica que empresas inmobiliarias, aeronáuticas, de energía, etc. mantienen con los medios de comunicación, en algunos casos extremos, perteneciendo al mismo grupo empresarial, determina los contenidos de los medios de comunicación. “Detrás de los medios no hay profesionales de la comunicación, ni siquiera empresarios preocupados por la información, sólo dinero de grandes grupos económicos.” (29) “Ya no podemos hablar de participación creciente porque la tienen toda”. (29) Y ejemplos de ello abundan en el texto, como el despido de Cristina Fallarás, directora de *ADN*, en su octavo mes de embarazo. O el desfile de cifras de despidos y expedientes de regulación de empleo, comparado con las dotaciones presupuestarias dirigidas a los salarios de los directivos de los grupos.

La idea de que los medios, adalides de la transparencia y la democracia, resultan paradójicamente opacos a la hora de aclarar las cuestiones económicas que les afectan no es nueva. Pero esta obra tiene la virtud de retomar el trabajo que con tanta dignidad vienen llevando a cabo profesores como Ramón Reig en Sevilla o Pinar Agudiez en Madrid, y actualizarlos con los últimos datos, fusiones, compras y movimientos del sector comunicacional. Esta obra no ha estado exenta de polémica, pues como el mismo Serrano explica, el libro fue encargado por el responsable de la editorial Península, e incluso se anunció entre las novedades de fin del verano. Sin embargo, los directivos y accionistas de la editorial vetaron la publicación y hubo de buscar otro editor, en este caso Ramón Akal.

Carmela NEGRETE NAVARRO
Universidad Complutense de Madrid.